

# 2015-2020年中国减排前景 深度调查及行业调研报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国减排前景深度调查及行业调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/huanbao1503/W450437HUE.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-04-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

# 说明、目录、图表目录

博思数据发布的《2015-2020年中国减排市场市场监测及行业调研报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资前景研究。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资前景，制定正确竞争和投资规划建议决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

减排，就是节约能耗降低废气排放。

我国“十一五”规划纲要提出，“十一五”期间单位国内生产总值能耗降低20%左右、主要污染物排放总量减少10%。这是贯彻落实科学发展观、构建社会主义和谐社会的重大举措；是建设资源节约型、环境友好型社会的必然选择；是推进经济结构调整，转变增长方式的必由之路；是维护中华民族长远利益的必然要求。

报告目录：

## 第一章 中国减排行业发展环境与渠道研究

### 第一节 全国经济发展背景分析

- 一、2014年宏观经济指标数据分析
- 二、2014年宏观政策环境分析
- 三、“十二五”发展规划分析

### 第二节 主要城市发展背景分析

- 一、主要城市区域市场特点分析
- 二、主要城市社会经济现状分析
- 三、未来主要城市经济发展预测

### 第三节 竞争对手渠道模式

- 一、减排市场渠道情况
- 二、减排竞争对手渠道模式
- 三、减排直营代理分布情况

### 第四节 主要商圈发展趋势分析

- 一、各城市主要商圈渠道分布情况
- 二、各城市主要商圈销售规模分析
- 三、各城市主要商圈发展趋势分析

## 第二章2014年中国减排产品市场实地调查研究

### 第一节2014年中国减排产品市场价格走势

#### 一、价格形成机制分析

#### 二、减排产品平均价格趋势分析

#### 三、2015-2020年中国减排产品价格走势预测

### 第二节 影响中国减排产品价格因素分析

#### 一、消费税调整对减排产品价格的影响

#### 二、零售环境的变化对减排产品价格的影响

### 第三节2014年中国减排产品市场消费状况分析

#### 一、2014年中国减排产品市场消费结构

#### 二、2014年中国减排产品市场消费特点

#### 三、2014年影响中国减排产品市场消费因素

## 第三章2014年全国减排主要代理分销与市场份额状况

### 第一节 中国减排主要代理销量及变化趋势

#### 一、国代商销量及变化

#### 二、国代商市场份额及占比

#### 三、主要分销商销量及变化

#### 四、主要国代商销量变动趋势

#### 五、主要分销商销售额

### 第二节 主要分销商代理品牌结构变化

#### 一、分销商一

#### 二、分销商二

#### 三、分销商三

## 第四章2014年中国减排品牌分销商渠道评估研究

### 第一节 中国减排品牌有效铺货率分析

### 第二节 主要减排品牌有效铺货率比较

### 第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

### 第四节 我国主要分销商有效铺货率比较

## 第五章 新产品及热销产品分销模式

### 第一节 热销产品分销模式探讨

### 第二节 主要新产品（新款）分销渠道调查

## 第六章2014年中国减排渠道调研及4P分析

## 第一节 中国减排渠道等级划分研究

## 第二节 中国减排渠道4P分析

### 一、产品

### 二、价格

### 三、渠道

### 四、促销

## 第七章 2015-2020年全国减排分销渠道调研综述

### 第一节 全国代理商

#### 一、渠道份额

#### 二、零售销量

#### 三、销量增长率

### 第二节 区域分销商

#### 一、渠道份额

#### 二、零售销量

#### 三、销量增长率

### 第三节 FD/NFD

#### 一、渠道份额

#### 二、零售销量

#### 三、销量增长率

### 第四节 直供

#### 一、渠道份额

#### 二、零售销量

#### 三、销量增长率

### 第五节 捆绑

#### 一、渠道份额

#### 二、零售销量

#### 三、销量增长率

## 第八章 减排全国重点省份渠道结构变化及占比监测

### 第一节 长三角区域市场情况分析

#### 一、减排市场消费环境

#### 二、减排市场容量

#### 三、减排市场需求规模

#### 四、渠道选择及拓展

#### 五、渠道结构变化及占比分析

### 第二节 珠三角区域市场情况分析

#### 一、减排市场消费环境

#### 二、减排市场容量

#### 三、减排市场需求规模

#### 四、渠道选择及拓展

#### 五、渠道结构变化及占比分析

### 第三节 环渤海区域市场情况分析

#### 一、减排市场消费环境

#### 二、减排市场容量

#### 三、减排市场需求规模

#### 四、渠道选择及拓展

#### 五、渠道结构变化及占比分析

### 第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

### 第五节 减排行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

#### 一、华北大区市场分析

#### 二、华中大区市场分析

#### 三、华南大区市场分析

#### 四、华东大区市场分析

#### 五、东北大区市场分析

#### 六、西南大区市场分析

#### 七、西北大区市场分析

## 第九章 全国减排品牌厂商重点渠道结构变动及占比数据分析（企业可自选）

### 第一节 品牌一

#### 一、品牌渠道结构

#### 二、品牌渠道建设及管理

#### 三、品牌渠道建设对销售市场的影响

#### 四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

#### 五、品牌渠道利润设计

### 第二节 品牌二

#### 一、品牌渠道结构

- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析
- 五、品牌渠道利润设计

### 第三节 品牌三

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析
- 五、品牌渠道利润设计

### 第四节 品牌四

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析
- 五、品牌渠道利润设计

### 第五节 品牌五

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析
- 五、品牌渠道利润设计

&hellip;&hellip;

## 第十章 减排国内外知名品牌渠道政策对比分析

### 第一节 减排国外品牌渠道政策研究

- 一、减排国外品牌一
- 二、减排国外品牌二
- 三、减排国外品牌三
- 四、减排国外品牌四
- 五、减排国外品牌五

### 第二节 减排国内品牌渠道政策研究及展望

### 第三节 减排国内品牌渠道政策研究及展望

- 一、减排国内品牌一
- 二、减排国内品牌二
- 三、减排国内品牌三
- 四、减排国内品牌四
- 五、减排国内品牌五

#### 第四节 观点与结论

### 第十一章 中国减排市场竞争格局分析

#### 第一节 减排行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

#### 第二节 减排行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

#### 第三节 减排行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

#### 第四节 减排竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

#### 第五节 中国减排行业竞争格局分析

- 一、2014年减排行业竞争分析
- 二、2014年国内外减排竞争分析
- 三、2014年中国减排市场竞争分析
- 四、2014年中国减排市场集中度分析



五、2014年中国减排竞争对手市场份额

六、2014年中国减排主要品牌企业梯队分布

第十二章2014年中国减排行业产业结构

第一节 减排产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 减排产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 减排产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国减排行业参与国际竞争的战略市场定位

第十三章 2015-2020年中国减排渠道销售动向及策略探讨

第一节 中国减排渠道建设及管理

第二节 中国减排渠道销售手段

一、远景掌控

二、品牌掌控

三、服务掌控

四、终端掌控

五、利益掌控

第三节 减排渠道销售要点解析

一、强调市场需求

二、善于利用销售道具

三、善于利用竞争对手做比较

四、善于利用调查数据

五、善于抓住机会表达利益点

第四节 减排品牌渠道营销经典案例分析

第五节 2015-2020年中国减排分销商应对渠道冲击的策略

一、分销商在分销渠道中的角色

二、渠道成员功能执行能力

三、渠道的价值增加能力

四、分销渠道受到冲击

五、上、下游经销商对分销商的冲击

## 第十四章 2015-2020年中国减排行业投资价值与投资前景研究

### 第一节 中国减排行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

### 第二节 中国减排行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

### 第三节 2015-2020年中国减排行业投资前景预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

### 第四节 中国减排行业投资前景研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

### 第五节 中国减排项目行业可行性分析研究

图表目录：（部分）

图表：2009-2013年减排国代商销量及变化趋势图

图表：2009-2013年减排国代商市场份额及占比分布图

图表：2009-2013年减排主要分销商销量及变化分布图

图表：2009-2013年减排主要国代商销量变动趋势图

图表：2009-2013年减排主要分销商销售额分布图

图表：2009-2013年减排品牌有效铺货率趋势图

图表：2009-2013年减排主要品牌有效铺货率对比分布图

图表：2009-2013年不同城市级别减排主要品牌有效铺货率对比图

图表：2009-2013年减排主要分销商有效铺货率分布图

图表：2009-2013年全国代理商渠道份额对比图

图表：2009-2013年全国代理商零售销量趋势图

图表：2009-2013年全国代理商销量增长率趋势图

图表：2009-2013年区域分销商渠道份额分布图

图表：2009-2013年区域分销商零售销量趋势图

图表：2009-2013年区域分销商销量增长率趋势图

图表：2009-2013年中国FD/NFD渠道份额对比图

图表：2009-2013年中国FD/NFD零售销量趋势图

图表：2009-2013年中国FD/NFD销量增长率趋势图

图表：2009-2013年中国直供渠道份额分布图

图表：2009-2013年中国直供零售销量趋势图

图表：2009-2013年中国直供销量增长率趋势图

图表：2009-2013年中国捆绑渠道份额分布图

图表：2009-2013年中国捆绑零售销量趋势图

图表：2009-2013年中国捆绑销量增长率趋势图

博思数据是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/huanbao1503/W450437HUE.html>